

Investigating the impact of entrepreneurship on the psychological empowerment of rural women members of agricultural cooperative companies in Semiram County

Hossein Sotudeh¹, Mohammad Mehtari Arani¹, Abolfazl Baghbani Arani^{2*}

1. Department of Management Science, Payame Noor University, Tehran, Iran.

2. Department of Agriculture Science, Payame Noor University, Tehran, Iran.



CITATION: Sotudeh, H., Mehtari Arani, M. & Baghbani Arani, A. (2022). Investigating the impact of entrepreneurship on the psychological empowerment of rural women members of agricultural cooperative companies in Semiram County. *Journal of Cooperation and Agriculture*, 11 (42), 58-90. (In Persian).

DOI: 10.22034/ajcoop.2022.310664.1740

ARTICLE INFO

Keywords:

- Entrepreneurship orientation
- Psychological empowerment
- Lifestyle
- Women
- Agricultural cooperative

Received:

16 October 2022

Revised:

29 August 2022

Accepted:

31 August 2022

Available online:

20 September 2022

ABSTRACT

Context and purpose. The purpose of this study was to analyze the effect of tendency to entrepreneurial tendencies and psychological empowerment of rural women members of agricultural cooperatives in Semiram County. This research is applied in terms of purpose and descriptive-survey in terms of research method.

Methodology. This research is applied in terms of purpose and is considered descriptive-survey in terms of research method. To collect the data, a questionnaire was used based on the ordinal scale and the Likert level scale, the validity of which was confirmed by experts and its reliability was confirmed by calculating the Cronbach's alpha coefficient. The statistical population of the study was 239 rural women members of agricultural cooperatives in Semiram County. The sample size was calculated using Krejcie-Morgan table of 148 people and the sample members were selected by simple random sampling. Also, in order to analyze the data, structural equation modeling method with partial least squares approach and using Smart-pls3 software was used.

Findings and conclusions. Findings showed that the tendency to entrepreneurial tendencies has a positive and significant effect on lifestyle. Lifestyle has a positive and significant effect on the components of psychological empowerment (sense of competence, sense of autonomy, sense of effectiveness, sense of meaning) with path coefficients. The results also indicate the effect of entrepreneurial tendencies on the psychological empowerment of rural women members of agricultural cooperatives in Semiram city with the mediating role of a healthy lifestyle.

EXTENDED ABSTRACT

Context and purpose. The movement towards development and desire for entrepreneurship in women's rural cooperatives requires the existence of entrepreneurs in the rural and agricultural sector who can supply products with an entrepreneurial nature in the existing competitive markets with creativity, risk-taking and use of existing opportunities. In fact, entrepreneurs can guarantee the continuity, dynamism and competitiveness of the cooperative movement by providing innovations and expanding the process of spreading technologies, and the cooperative sector can provide a safe space for entrepreneurial activities by building capacity, providing conditions and facilities, facilities and creating legal frameworks. However, the desire to develop entrepreneurial activities in this type of cooperatives and to use the existing capacities in the country for the development of rural women's cooperatives requires the psychological empowerment of rural women, which unfortunately has not received enough attention in our country, and this is the reason for the present study. The aim of this research was to analyze the effect of orientation on entrepreneurial tendencies and psychological empowerment of rural women who are members of agricultural cooperative companies in Semiram city.

Methodology. This research is applied in terms of purpose and descriptive-survey research method. To collect data, a questionnaire was used based on an ordinal scale and a five-level Likert spectrum, whose validity was confirmed by experts and its reliability was confirmed by calculating Cronbach's alpha coefficient. The statistical population of the research was all rural women members of agricultural cooperative companies in Semiram city, numbering 239 people. The sample size was calculated using the Krejci-Morgan table of 148 people, and the sample members were selected by simple random sampling. Also, in order to analyze the data, the structural equation modeling method was used with the partial least squares approach and using Smart-pls3 software.

Findings and conclusions. The findings of the research showed that the tendency towards entrepreneurial tendencies has a positive and significant effect on the lifestyle, and the lifestyle also had a positive and significant effect on the components of psychological empowerment (feeling of competence, feeling of autonomy, feeling of being effective, feeling of being meaningful). Also, the results indicate the effect of entrepreneurial tendencies on the psychological empowerment of rural women who are members of agricultural cooperatives with a mediating role of healthy lifestyle. Finally, it can be concluded that the promotion of entrepreneurial culture should be considered as an important and fundamental factor in the development of entrepreneurial capacities at the level of agricultural cooperative companies of Semiram city. In this regard, the education of cooperative principles and expansion of the cooperative movement at the level of the rural community (especially rural women entrepreneurs) should be given the attention of the authorities, pathology and efficiency of cooperatives and determination of proposed solutions to remedy the damages through the evaluation of cooperatives, training of network management elements, organizing Assemblies of cooperatives, formulation of operational plan in cooperatives and women's unions should be prioritized. Also, it is possible to introduce key entrepreneurs and give them deserved recognition, introduce the importance and role of entrepreneurs in the economy of agricultural cooperative companies of Semiram city, value women's entrepreneurship and introduce successful women entrepreneurs in order to increase self-confidence, self-confidence and entrepreneurial motivation in rural women as He pointed out effective measures.

Research limitations/implications. Among the limitations of the current research is that the impact of some variables that are beyond the researcher's control on the results of the research is not far from the mind (such as the spread of the coronavirus disease in the country during the research period and the lack of direct access to rural women) and the limited time period and The lack of samples needed for a more comprehensive research and some women's lack of understanding of the concepts of the questionnaire may have influenced their answers. Usually, in this kind of research, the information collected is from a point in time; therefore, the collected information should be in the form of a time series in order to obtain better results. Also, this research was conducted among the rural women of the cooperative companies of Semiram city, and therefore the generalization of the results to other cities should be done with caution.

*Corresponding author

E-mail addresses: hosseisotudeh51@pnu.ac.ir (H. Sotudeh), m.mehtari109@pnu.ac.ir (M. Mehtari Arani), abolfazlbaghbani@pnu.ac.ir (A. Baghbani- Arani).

بررسی اثر تمایل به کارآفرینی بر توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی عضو شرکت‌های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم

حسین ستوده آرانی^۱، محمد مهتری آرانی^۱، ابوالفضل باغبانی آرانی^{۲*}

۱. استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۲. استادیار و عضو هیات علمی گروه کشاورزی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

استناد: ستوده آرانی، حسین، مهتری آرانی، محمد و باغبانی آرانی، ابوالفضل. (۱۴۰۱). بررسی اثر تمایل به کارآفرینی بر توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی عضو شرکت‌های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم. *فصلنامه تعاون و کشاورزی*، ۱۴(۴۲)، ۵۸-۹۰.

DOI: 10.22034/ajcoop.2022.310664.1740

چکیده

اطلاعات مقاله

واژگان کلیدی:

- گرایش به کارآفرینی
- توانمندسازی روان‌شناختی
- سبک زندگی، زنان
- تعاونی کشاورزی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۰/۰۷/۲۷

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۱/۰۶/۰۷

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۰۶/۰۹

تاریخ برخط:

۱۴۰۱/۰۶/۲۹

زمینه و هدف: هدف پژوهش حاضر، تحلیل تأثیر گرایش به تمایلات کارآفرینانه و توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی عضو شرکت‌های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم بود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق توصیفی-پیمایشی می‌باشد.

روش‌شناسی: برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه بر اساس مقیاس ترتیبی و طیف پنج سطحی لیکرت استفاده شد که روایی آن به وسیله خبرگان و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ تایید گردید. جامعه آماری پژوهش، کلیه زنان روستایی عضو شرکت‌های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم به تعداد ۲۳۹ نفر بود. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی-مورگان ۱۴۸ نفر محاسبه شد که اعضای نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. همچنین به منظور تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و با کاربرد نرم‌افزار Smart-pls3 استفاده شد.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: یافته‌های پژوهش نشان داد گرایش به تمایلات کارآفرینانه بر سبک زندگی مثبت و معنی‌داری دارد و سبک زندگی نیز بر مؤلفه‌های توانمندسازی روان‌شناختی (احساس شایستگی، احساس خودمختاری، احساس مؤثر بودن، احساس معنی‌دار بودن) تأثیر مثبت و معنی‌داری داشت. همچنین نتایج حاکی از تأثیر تمایلات کارآفرینانه بر توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی عضو شرکت‌های تعاونی کشاورزی با نقش میانجی سبک زندگی سالم دارد.

*نویسنده مسئول: ابوالفضل باغبانی آرانی

پست الکترونیک: abolfazlbaghbani@pnu.ac.ir

مقدمه

با توجه به آمارهای رسمی، سهم اشتغال زنان فقط ۱۰ درصد است و میزان بیکاری در میان زنان به خصوص نیروی تحصیل کرده افزایش بسیاری داشته است. در اواخر دهه ۱۹۷۰ در بسیاری از کشورهای پیشرفته به علت تغییر در ارزش‌ها و گرایش‌های جامعه و تغییرات جمعیت شناختی، موجی از کسب و کارهای کوچک و افراد خوداشتغال به وجود آمد. با توجه به توسعه سهم زنان در اقتصاد ملی و مقابله با بحران بیکاری آن‌ها، ضروری است شرایط لازم برای توسعه و کارآفرینی زنان فراهم شود تا آنان با ایجاد کسب و کار و فرصت‌های شغلی برای خود و دیگران بتوانند معضل کنونی جامعه را پایان بخشند (Ershadi, Rezaee, & Bagheri Hosein Abadi, 2021).

کارآفرینی زنان در ایران جدا از مشکلاتی مانند قوانین قدیمی، فقدان تشکل صنفی، کمبود سرمایه تخصصی و آگاهی عمومی کم که همه کارآفرینان در کشور ما با آن رو به رو هستند، ارزش

آفرینی زنان با مشکلات دیگری نیز مواجه است. اولین و شاید بزرگترین چالش یک بانوی کارآفرین ایجاد تعادل بین نقش‌های همسری، مادری و مسائل کاری است. باید پذیرفت که مدیریت یک کسب و کار و هدایت آن در مسیر موفقیت، نیاز به انرژی و تلاش بسیاری دارد که در کنار نقش‌های یک زن در خانواده، می‌تواند کارآفرینی زنان را با چالش مواجه کند. با این حال استفاده از تکنیک‌هایی مانند مدیریت زمان، می‌تواند در ایجاد تعادل در کارآفرینی زنان موثر باشد. چالش دیگر نگاه جنسیتی موجود در جامعه است که سبب دل‌سردی در بین زنان کارآفرین می‌شود (Ebrahimi, 2018). پس شناخت توانمندی‌های زنان و هدایت استعدادهای خلاق آنان، می‌تواند در بهره‌برداری از ظرفیت‌های این قشر عظیم جامعه موثر باشد (Ershadi, Rezaee, & Bagheri, Hosein Abadi, 2021).

در تحقیقی علیخانی دادوکلابی و عباسی رستمی (Alikhani Dadoukolaei &

از سویی دیگر، تعاونی‌ها یکی از بخش‌های مهم و اصلی اقتصاد ایران هستند و چون ساختارهای تعاونی‌ها به گونه‌ای است که در صورت فعالیت زنان، آنان می‌توانند در بخش‌های مدیریتی، برنامه‌ریزی و اجرای فعال داشته باشند و این موضوع کمک خواهد کرد تا زنان با در نظر گرفتن کلیه عواملی که موجب شده زنان خانه‌دار و متخصص در بخش‌های اقتصاد نقش مهم و مرئی ایفا نکنند، در این بافت اقتصادی محک زده شوند (Dashti, 2019).

امروزه در نظریه‌های جدید، توسعه روستایی به‌عنوان راهکاری مناسب برای توانمندسازی روان‌شناختی و ظرفیت‌های روستایی در جهت تغییر الگوی زندگی کنونی، کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، محیطی و نهادی یاد می‌شود (Yacoubi Farani, Soleimani, & Mohadi, 2013). امروزه حضور زنان در بازار کار و مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های اقتصادی - اجتماعی، یه یکی از شناسه‌های مهم توسعه انسانی تبدیل شده‌است،

(Rostami, 2017) گزارش کردند، توسعه کارآفرینی در شرکت‌های تعاونی روستایی زنان استان گلستان از دو عامل آموزشی و روان‌شناختی تاثیر می‌پذیرد که عامل روان‌شناختی مهمترین عامل موثر بر توسعه کارآفرینی بود. در این راستا، زارع و فرهادی (Zare & Farhadi, 2005) در بررسی روان‌شناختی اشتغال زنان بیان داشتند که عدم وجود خودباوری و اعتماد به نفس در زنان، مانعی مهم برای اشتغال آنان است که راهکار فوری تخفیف این مساله، مشارکت زنان در قالب شرکت‌های تعاونی می‌باشد. از آنجا که فعالیت تعاونی‌ها هم بر رشد شخصیت زنان تاثیر گذارده و هم تحت تاثیر کنش‌های متأثر از نوع شخصیت و جهان‌بینی فرد است مشارکت زنان در قالب تعاونی‌های زنان کارآفرین، دارای مزایایی همچون (فردگرایی در برابر عاطفه‌گرایی، جهت‌گیری جمعی در برابر جهت‌گیری فردی، عام‌گرایی در برابر خاص‌گرایی، فعال‌گرایی در برابر انفعال‌گرایی) است.

زیرا فعالیت‌های اقتصادی زنان، پیوندی مستقیم با فقر و رفاه اجتماعی دارد (Chang Liu, 2008). کارآفرینی و اشتغال زنان روستایی ضمن افزایش درآمد خانواده به واسطه کاهش تفاوت و شکاف موجود بین خانوارهای شهری و روستایی صرفه‌جویی در هزینه‌های تولید محصولات زراعی و دامی، بهبود وضعیت سواد و بهداشت خانواده، تامین هزینه‌های خانوار به‌عنوان سرپرست و نیز کاهش مهاجرت به شهرها، می‌تواند زندگی روستایی و در نهایت کل جامعه را تحت تاثیر قرار دهد. بسیاری از محققان معتقدند که فعالیت‌های کارآفرینی توسط زنان، نقش برجسته‌ای در سلامت اقتصاد ملتها دارد. زنان در زمان کوتاهی توانستند با ورود به عرصه کسب و کار، تحولات عظیمی در توسعه اقتصادی کشورها ایجاد کنند (Kohn Shuri, 2017; Hosseini, Dolati & Parpanji, 2018).

کارآفرین فردی است که دارای فکر و ایده جدید باشد و با بسیج منابع از طریق فرایند کسب و کار که توأم با مخاطره مالی و اجتماعی و حیثیتی است، محصول و خدمت جدید به بازار عرضه کند. کارآفرینی، فرآیند نوآوری و بهره‌گیری از فرصت‌ها با تلاش و پشتکار بسیار و همراه با پذیرش ریسک‌های مالی، روانی و اجتماعی که البته با انگیزه سود مالی، توفیق طلبی، رضایت شخصی و استقلال صورت می‌پذیرد (Hissrich & Kearney, 2003). نتایج پژوهش کهن شوری (Kohn Shuri, 2017) نشان داد که کارآفرینی بر توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی تاثیر دارد. مفهوم توانمندسازی فقط افزایش انگیزش نیست، بلکه آن را افزایش انگیزش درونی می‌دانند و تعریف کامل‌تری از توانمندسازی روان‌شناختی به‌عنوان مجموعه‌ای از حوزه‌های شناختی انگیزش ارائه می‌دهند که علاوه بر خودکارآمدی، سه حوزه دیگر شناختی، حق انتخاب (خودمختاری، معنادار بودن و موثر بودن) نیز را شامل می‌شود و نهایتاً آنان در الگوی خود به فرآیندهای شناختی توجه دارند (Dashti, 2019). مطابق نظریه پردازانی که توانمندسازی روان‌شناختی را

ها یک زندگی کارآفرینانه دارند که ممکن است در این زندگی کسب و کار کارآفرینانه‌ای داشته باشند یا نداشته باشند. عده‌ای کارآفرینی را یک سبک زندگی می‌دانند و حتی آن را یک مکتب می‌دانند. در این راستا، عشقی عراقی و غنی‌پور (Eshghi Iraqi & Ghanipour, 2016) علاوه بر تایید وجود رابطه مثبت و معنی‌دار بین خودکارآمدی کارآفرینی و سبک زندگی در جهت قصد کارآفرینی بیان داشت هر چه سبک زندگی بالاتر باشد، انگیزه پیشرفت و آموزش، خلاقیت و نوآوری، ریسک‌پذیری و مهارت‌های کارآفرینی (مدیریتی، فنی و رهبری) نیز بالاتر است و رابطه‌ای میان سبک زندگی با متغیرهای منبع کنترل، تجربه حرفه‌ای و استقلال طلبی وجود دارد.

یکی دیگر از متغیرهایی که به نظر می‌رسد که بر توانمندسازی روان‌شناختی تاثیر داشته باشد، سبک زندگی است. سبک زندگی به معنای شیوه زندگی خاص یک فرد، گروه یا جامعه است. سبک زندگی بر وجود روش‌های متفاوت

بررسی می‌کنند، اگر افراد، رفتاری را که انتظار می‌رود پس از انتقال قدرت انجام دهند ارائه نکنند، یا از این حقیقت، که قدرت به آن‌ها انتقال یافته آگاه نیستند و یا احساس فقدان قدرت می‌کنند. توانمندسازی روان‌شناختی ریشه در نیازهای انگیزشی افراد دارد. هر راهبرد یا عملی که بتواند نیاز به خود کارآمدی را در افراد تقویت کند، توانمندسازی را در پی خواهد داشت (Mousavi, 2016).

شومپیتر (Schumpeter, 1934) معتقد است کارآفرینی یک حرفه نیست که فقط در بعد اقتصادی و آن هم در حوزه کسب و کار مطرح باشد بلکه فراتر از آن یعنی یک سبک زندگی یا یک علم است که پیوسته همراه کارآفرین است و بر کل زندگی او تاثیر می‌گذارد، از انتخاب دین وی گرفته تا انتخاب همسر، حرفه و روش انجام کارهایش. بطور کلی می‌توان گفت کارآفرینان به سبک خاصی زندگی می‌کنند، با عینک خاصی به جهان نگاه می‌کنند و به روش خاصی با مسائل و مشکلات و پدیده‌ها برخورد می‌کنند. آن

زندگی تاکید دارد و مقایسه و شناخت تحلیل شیوه‌های گوناگون زندگی در میان گروه‌های متفاوت جامعه را نشان می‌دهد. از همین رو سبک زندگی بر تمام مسائل زیستی یک فرد مثل خانواده و ازدواج، نوع مسکن، مدل لباس، الگوی مصرف، تغذیه، نحوه گذراندن اوقات فراغت، رفتار حرفه‌ای در محل کار و ... تاکید دارد. سبک‌های زندگی مجموعه‌ای از ارزش‌ها، شیوه‌های رفتار، حالت‌ها و سلیقه‌ها در هر چیزی را در بر می‌گیرد و می‌تواند به علایق، نظرات، رفتارها و جهت‌گیری رفتاری یک فرد، گروه یا فرهنگ اشاره کند. سبک زندگی افراد و راهی که برای خود انتخاب می‌کنند، ارتباط عمیقی با موفقیت آنان در زندگی دارد (Gholami Haghghi, 2015).

بنابراین با توجه به اهمیت بخش روستایی شاغل در بخش تعاونی‌های تولیدی در بخش کشاورزی و خصوصاً عضویت زنان کارآفرین در این تعاونی‌ها، هدف از این پژوهش، تحلیل تأثیر تمایلات کارآفرینانه بر توانمندسازی روان

شناختی زنان روستایی عضو شرکت‌های تعاونی کشاورزی با نقش واسطه‌ای سبک زندگی سالم بود. اکنون مسئله اصلی این پژوهش این است که تمایلات کارآفرینانه بر توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی عضو شرکت‌های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم با نقش واسطه‌ای سبک زندگی سالم تاثیر دارد؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، زنان روستایی نقش حیاتی در کشاورزی، فرآوری محصولات دامی و مدیریت اقتصادی خانواده بر عهده دارند، با این وجود، این واقعیت وجود دارد که زنان روستایی ارزش کمتری نسبت به کارهای خود در خانواده و جامعه قائل هستند. زیرا که زنان به‌عنوان نیمی از سرمایه انسانی در هر جامعه، نه تنها موضوع و هدف هر برنامه توسعه‌ای به شمار می‌روند بلکه عامل تقویت‌کننده موثری در پیشبرد اهداف توسعه اقتصادی و اجتماعی هستند. پس جهان با این واقعیت روبرو شده‌است که دیگر نمی‌توان

و روان‌شناختی و همچنین اشتغال زنان روستایی موثر است. همچنین نتایج احمدی (Ahmadi, 2018)، نشان داد که عوامل آموزشی - ترویجی، عوامل اجتماعی - فرهنگی، عوامل ارتباطی، عوامل فردی (مهارت)، عوامل قانونی - سیاسی و عوامل مالی - اقتصادی، حدود ۴۴ درصد واریانس متغیر وابسته توسعه کارآفرینی پایدار در بین زنان روستایی مورد مطالعه در استان کردستان را تبیین می‌کنند و مهمترین عامل پیش برنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی مورد مطالعه در استان کردستان، عامل مالی - اقتصادی است. همچنین آنان بیان داشتند که موانع: فردی - روان‌شناختی، مالی - اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی، سیاسی - سازمانی، ساختاری - محیطی، فنی - مهارتی، دسترسی به اطلاعات و ارتباطات در توسعه یا عدم توسعه کارآفرینی پایدار زنان روستایی استان کردستان نقش معنی‌داری ایفا می‌کنند. کاظمی (Kazemi, 2016) در تحقیقی نشان داد که چالش‌های اقتصادی زنان

زنان را به‌عنوان عامل نامرئی توسعه به حساب آورد و زنان بر میزان موفقیت دولت‌های در حال توسعه در زمینه کنترل بیکاری، بهداشت، حفظ محیط‌زیست و رفع فقر امری غیرقابل انکار است. بر این اساس توانمندسازی روان‌شناختی زنان پیش نیاز توسعه پایدار، مردم سالاری و جامعه‌عاری از فقر و ... است (Dashti, 2019).

کانگر و کانگو (Kangar & Kanango, 1998)، توانمندسازی روان‌شناختی را فرایند افزایش انگیزش درون می‌دانند که شامل چهار حوزه شناختی یعنی احساس تاثیرگذاری، شایستگی، احساس معنی‌دار بودن و حق انتخاب می‌شود و این اولین باری است که مفهوم توانمندسازی روان‌شناختی وارد ادبیات مدیریت شده است (Mousavi, 2016).

نتایج مطالعه ابراهیمی (Ebrahimi, 2018)، نشان می‌دهد که برگزاری دوره‌های کارآفرینی و آموزش در توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی، فردی

روستایی در چهار بعد (مشارکت مالی، توانایی معیشتی، توانایی دسترسی و ارزش‌گذاری و استقلال) و راهکارهای زنان در چهار راهکار (امکانات و زیرساخت‌ها، نهادی، تسهیلات و اعتبارات و آموزشی) و موانع زنان در هفت مانع (مالی و اقتصادی، نهادی، اجتماعی و فرهنگی، آموزشی، مسئولیت‌پذیری، عدم اعتماد و سایر) طبقه‌بندی شدند. همچنین ایشان گزارش کرد که متغیرهای سرمایه‌ی اجتماعی، راهکارهای زنان، موانع زنان، روش‌ها و رهیافت‌های ترویجی همبستگی مثبت و معنی‌داری با توانمندسازی روان‌شناختی داشتند و نیز متغیرهای سرمایه‌ی اجتماعی، موانع نهادی، مالی و اقتصادی، مسئولیت‌پذیری و سایر موانع همبستگی مثبت و معنی‌داری با توانمندسازی اقتصادی داشتند.

در پژوهشی دیگر، شجاع چاغروند (Shoja Chagron, 2015)، گزارش کرد که بین توانمندسازی اجتماعی- اقتصادی زنان روستایی عضو صندوق‌های اعتبارات

خرد شهرستان فیروزکوه و سازه‌های اقتصادی، آموزشی-ترویجی، اجتماعی- فرهنگی، شخصیتی روان‌شناختی و میزان تحصیلات رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ۹۹٪ وجود دارد و با متغیر سن همبستگی منفی و معنی‌داری در سطح ۹۹٪ وجود دارد. همچنین نشان داد که ۵۵ درصد تغییرات واریانس توانمندسازی اجتماعی- اقتصادی زنان روستایی عضو صندوق اعتبارات خرد به دو سازه شخصیتی- روان‌شناختی و آموزشی- ترویجی بستگی دارد. یافته‌های تحقیق قنبری (Ghanbari, 2013)، بیانگر آن است که بین ویژگی‌های فردی (سن، خلاقیت، مهارت، تعداد اعضای خانواده و ...) و عوامل کارآفرینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین یافته‌های ایشان بیانگر آن است که بین تجربه کارآفرینی و عوامل کارآفرینی زنان و بین منابع کسب اطلاعات کارآفرینی و گرایش به کارآفرینی زنان روستا نیز رابطه معناداری و مثبتی وجود دارد. یافته‌های پژوهش قنبری (Ghanbari, 2013) حاکی از آن

کارآفرینی با برطرف کردن موانع نهادی محقق می‌شود. از این رو با توجه به اینکه فعالیت‌های نوآورانه نیازمند بهره‌مندی از نیروی کارآمد و بهره‌ور دارد؛ لذا کارآفرینان تلاش می‌کنند که با استفاده از ارتقای مؤلفه‌هایی نظیر سلامت، آموزش و یادگیری از طریق انجام کار به بهبود بهره‌وری نیروی کار کمک کنند.

با مرور پیشینه تحقیق مشخص می‌شود حرکت در جهت توسعه و تمایل به کارآفرینی در تعاونی‌های روستایی زنان نیازمند وجود کارآفرینانی در بخش روستایی و کشاورزی می‌باشد که با خلاقیت، ریسک‌پذیری و استفاده از فرصت‌های موجود بتوانند تولیدات با ماهیت کارآفرینانه در بازارهای رقابتی موجود عرضه نمایند. در واقع کارآفرینان با ارائه نوآوری‌ها و گسترش روند انتشار فناوری‌ها می‌توانند ضامن تداوم، پویایی و رقابت‌پذیری نهضت تعاون بوده و بخش تعاون نیز با ظرفیت‌سازی، مهیا نمودن شرایط و امکانات، تسهیلات و ایجاد زمینه‌های قانونی می‌تواند فضای

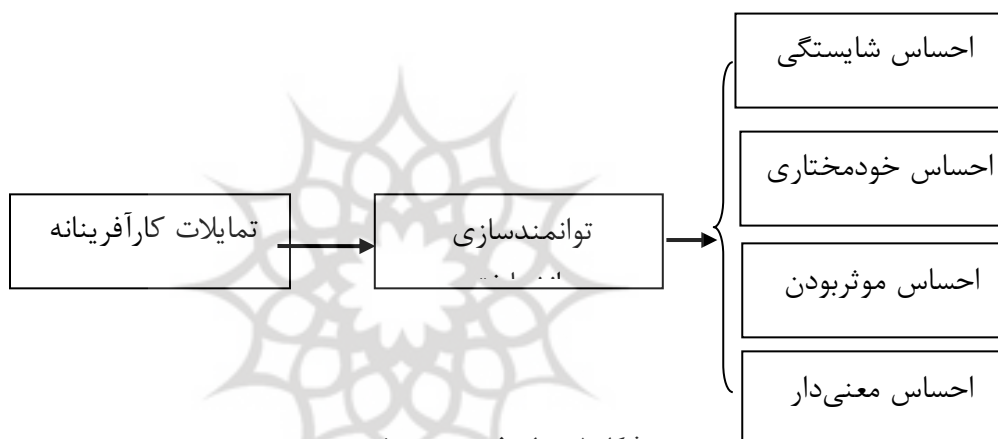
است که به ترتیب تجربه کارآفرینی، ویژگی‌های فردی و منابع کسب اطلاعات کارآفرینی در گرایش به کارآفرینی زنان روستا موثر می‌باشند. نتایج تحقیق گنج‌خانی (Ganjkhani, 2012)، حاکی از آن است که در بین شاخص‌های توانمندسازی، شاخص مشارکت اجتماعی، بیشترین تاثیر را در کارآفرینی زنان داشته است در نتیجه اعطای اعتبارات خرد مشارکت اجتماعی، اعتماد به نفس و قدرت تصمیم‌گیری زنان روستایی را افزایش داده است.

در پژوهشی با عنوان "اثر توانمندسازی روان‌شناختی بر ابعاد رفتار شهروندی سازمانی در هتل‌های تایوان" نشان دادند که بین توانمندسازی روان‌شناختی و ابعاد (نوع دوستی، وجدان، جوانمردی، ادب، مهربانی و فضیلت مدنی رفتار شهروندی سازمانی رابطه معناداری وجود دارد (Chang & Liu, 2008). اوزیک و ووکوروکسوا (Užik & Vokorokosová, 2007) در تحقیقی با عنوان "موانع توسعه کارآفرینی" نشان دادند که توسعه

مطمئنی برای انجام فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم سازد. اما تمایل به توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در این نوع تعاونی‌ها و استفاده از ظرفیت‌های موجود در کشور برای توسعه تعاونی‌های روستایی زنان، نیازمند توانمندسازی روان شناختی زنان روستایی می‌باشد که

متاسفانه در کشور ما به این مقوله توجه کافی نشده است و همین مورد علت پژوهش حاضر است.

با بررسی مبانی نظری تحقیق مدل مفهومی این پژوهش در قالب شکل (۱) تدوین شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش
(Alikhani Dadoukolaei, & Rostami, 2017; Özsungur, 2019)

فرضیه‌های پژوهش شامل:

۱. گرایش به تمایلات کارآفرینانه خودمختاری زنان روستایی تاثیر دارد.

۲. سبک زندگی سالم بر احساس شایستگی زنان روستایی تاثیر دارد.

۳. سبک زندگی سالم بر احساس موثر بودن زنان روستایی تاثیر دارد.

۴. سبک زندگی سالم بر احساس معنی‌دار بودن زنان روستایی تاثیر دارد.

۵. سبک زندگی سالم بر احساس

روش‌شناسی پژوهش

ب) پرسشنامه توانمندسازی روان شناختی: این پرسشنامه توسط توماس و ولتهوس (Thomas & Velthouse, 1990) طراحی و تدوین شده است که از چهار بعد احساس شایستگی (۱ تا ۴)، احساس خودمختاری (۵ تا ۸)، احساس موثر بودن (۹ تا ۱۲) و احساس معنی‌دار بودن (۱۳ تا ۱۶) تشکیل شده است، پرسشنامه مذکور شامل ۱۶ سوال بسته- پاسخ بر اساس طیف پنج درجه‌ای لیکرت می‌باشد.

ج) پرسشنامه سبک زندگی: این پرسشنامه توسط لعلی و همکاران (Laali, Abedi & Kajbaf, 2011) تدوین شده است. این پرسشنامه دارای ۱۰ آیتم می‌باشد. طیف پاسخگویی آن از نوع لیکرت بوده که امتیاز مربوط به هر گزینه به صورت هرگز = ۰، گاهی اوقات = ۱، معمولاً = ۲، همیشه = ۳ نمره‌گذاری می‌شود.

در این پژوهش تجزیه تحلیل داده‌ها از طریق مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی و با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS انجام گردید. برای برازش کلی مدل معادلات

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی - پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه زنان روستایی عضو شرکت های تعاونی کشاورزی روستایی شهرستان سمیرم بوده است (تعداد کل ۲۳۹). حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی- مورگان ۱۴۸ نفر محاسبه شد که اعضای نمونه به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و در بازه زمانی نیمه دوم سال ۱۳۹۸ با مراجعه حضوری در محل شرکت‌های تعاونی و یا از طریق پست الکترونیک نسبت به تکمیل پرسشنامه‌ها اقدام شد. در این پژوهش از سه پرسشنامه استفاده شده است:

الف) پرسشنامه تمایلات کارآفرینانه: این پرسشنامه توسط هاگس و مورگان (Hughes & Morgan, 2007)، تدوین شده است. این پرسشنامه دارای ۱۰ آیتم می‌باشد که بر اساس طیف لیکرت ۵ درجه‌ای کاملاً مخالفم ۱ و کاملاً موافقم ۵ می‌باشد.

ساختاری از شاخص GOF استفاده گردید. در رویکرد حداقل مربعات جزئی، پیش از آزمون فرضیه‌ها، لازم است تا برازش مدل‌های اندازه‌گیری، مدل ساختاری و مدل کلی پژوهش مورد تجزیه تحلیل قرار گیرد. برازش مدل اندازه‌گیری از طریق سنجش روایی همگرا، روایی واگرا و ضرایب پایایی انجام شد. برای تعیین پایایی پرسشنامه از دو معیار ضریب پایایی ترکیبی و ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که نتایج نشان داد که تمام مقادیر بالای ۰/۷ است. برای سنجش روایی همگرا از شاخص متوسط واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شد که بیانگر میزان همبستگی یک سازه با شاخص‌های خود است و مقدار بحرانی آن ۰/۵ می‌باشد (جدول ۲) (Wetzels, Odekerken-schröder, & Oppen, 2009).

یافته‌ها

ویژگی‌های فردی و حرفه‌ای زنان مورد

مطالعه: با توجه به جامعه آماری که زنان روستایی بودند، یافته‌های تحقیق نشان

داد که ۷۶/۲ درصد متأهل و ۲۳/۸ درصد آنان مجرد بودند. از منظر سن پاسخ‌دهندگان نمونه‌ی آماری پژوهش در چهار دسته‌ی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۱ تا ۴۰ سال، ۴۱ تا ۵۰ سال و ۵۱ تا ۶۰ سال طبقه‌بندی شدند که اکثر نفرات نمونه آماری را افراد با سن ۳۱ تا ۴۰ سال (با میانگین سنی ۳۹ سال)، تشکیل می‌دادند که ۴۴/۸ درصد نمونه آماری (۶۶ نفر) می‌باشد و افراد بین ۵۱ تا ۶۰ سال نیز کمترین فراوانی را به خود اختصاص دادند. همچنین بیشترین فراوانی مربوط به سطح تحصیلات، افراد دارای لیسانس بودند که ۸۹ نفر از نمونه آماری را تشکیل می‌دادند (۶۰/۵ درصد) و بقیه افراد با مدرک فوق لیسانس (۲۱ نفر) و فوق دیپلم (۱۹ نفر) به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار داشتند. بیشترین فراوانی مربوط به افراد با سابقه کار ۵ تا ۱۰ سال بودند که ۷۵ نفر از نمونه آماری را تشکیل داد (۳۶/۲ درصد).

جدول ۱. مقادیر میانگین و انحراف معیار هر یک از متغیرهای پژوهش

ابعاد مدل پژوهش	نماد	میانگین	انحراف معیار
احساس خودمختاری	EK	۴/۲۰۶	۰/۷۷۱
احساس موثر بودن	EM	۴/۵۵۶	۰/۹۱۷
احساس معنی دار بودن	EN	۴/۰۴۴	۰/۹۰۷
احساس شایستگی	ES	۳/۹۴۱	۰/۶۲۶
تمایلات کارآفرینانه	GK	۴/۲۹۰	۰/۸۰۳
سبک زندگی	SA	۴/۲۳۷	۰/۷۳۱

جدول ۲. بررسی پایایی ابزار پژوهش

ابعاد	تعداد سوالات	AVE	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
احساس خودمختاری	۴	۰/۶۹۶	۰/۸۷۷	۰/۹۰۴
احساس موثر بودن	۴	۰/۶۷۳	۰/۸۲۶	۰/۸۴۵
احساس معنی دار بودن	۴	۰/۵۱۹	۰/۷۲۷	۰/۷۷۵
احساس شایستگی	۴	۰/۷۲۶	۰/۷۳۶	۰/۷۴۴
تمایلات کارآفرینانه	۱۰	۰/۵۱۶	۰/۸۶۹	۰/۹۰۲
سبک زندگی	۱۰	۰/۷۶۶	۰/۸۱۷	۰/۸۴۹

مطابق با جدول (۲) نتایج بدست آمده در بررسی پایایی ابزار پژوهش نشان می-دهد که پایایی ابزار گردآوری داده‌ها به تأیید رسیده است. ضعیف، متوسط و قوی بودن بخش ساختاری مدل مورد مطالعه قرار گرفت. جدول (۳) نتایج بدست آمده شاخص R^2 را برای سازه‌های مربوطه نمایش می-دهد.

پس از بررسی معیار AVE در جدول (۲)، شاخص R^2 جهت تعیین

جدول ۳. نتایج بدست آمده شاخص R^2

سازه	نماد در مدل	R^2
احساس خودمختاری	EK	۰/۸۲۴
احساس موثر بودن	EM	۰/۴۲۶
احساس معنی دار بودن	EN	۰/۵۰۲
احساس شایستگی	ES	۰/۸۴۱
سبک زندگی	SA	۰/۶۴۳

بررسی معیار R^2 برای سازه‌های درون‌زا مدل مطابق با جدول (۳) حاکی از تأیید این معیار برای هر یک از سازه‌ها بوده و نشان از برازش مناسب مدل ساختاری دارد.

اندازه تأثیر (F^2) معیار دیگری هست که برای متصل کردن بخش اندازه‌گیری و بخش ساختاری مدلسازی معادلات ساختاری به کار می‌رود. لذا معیار (F^2) باید برای متغیرهای درون‌زا مطابق با فرمول کوهن محاسبه و در جدول زیر گزارش شد.

جدول ۴. اندازه تأثیر متغیرهای برون‌زا بر متغیرهای درون‌زا

متغیرها	اندازه تأثیر (F^2)
گرایش تمایلات کارآفرینانه ← سبک زندگی	۰/۳۵۸
سبک زندگی ← احساس شایستگی	۰/۳۲۱
سبک زندگی ← احساس خودمختاری	۰/۴۰۱
سبک زندگی ← احساس موثر بودن	۰/۴۷۸
سبک زندگی ← احساس معنی دار بودن	۰/۵۲۲

آن در مورد یک سازه‌ی درون‌زا سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را کسب نماید، به‌ترتیب نشان‌دهنده قدرت پیش‌بینی ضعیف، متوسط و قوی سازه‌های برون‌زای مربوط به آن دارد. به عبارت دیگر این معیار باید برای تمام سازه‌های درون‌زای مدل مطابق با **جدول (۴)** مورد محاسبه قرار گیرد تا قدرت پیش‌بینی متغیر برون‌زای مربوط به این سازه‌ها مورد بررسی قرار گیرد.

نظر به اینکه کوهن سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ را به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه‌ی دیگر بیان نموده است و با توجه به نتایج بدست آمده، تأثیر قوی متغیرهای مدل بر این متغیر درون‌زا مشخص شد و در نتیجه برازش نسبتاً مناسب مدل ساختاری پژوهش تایید می‌شود.

معیار Q^2 قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد و در صورتی که مقدار

جدول ۵. مقادیر Q^2 در مدل ساختاری

مقدار Q^2	نماد در مدل	سازه‌های درون‌زا
۰/۳۹۶	EK	احساس خودمختاری
۰/۳۷۳	EM	احساس موثر بودن
۰/۵۱۹	EN	احساس معنی دار بودن
۰/۴۲۶	ES	احساس شایستگی
۰/۳۶۶	SA	سبک زندگی

قابلیت قوی پیش‌بینی مدل و برازش مناسب مدل ساختاری را نتیجه گرفت. برای سنجش روایی واگرا، از مقادیر مشترک سازه‌ها جذر گرفته و اعداد

مطابق با **جدول (۵)**، با توجه به اینکه مقدار Q^2 برای تمامی سازه‌های درون‌زا بیشتر از ۰/۳۵ می‌باشد می‌توان

به دست آمده را با مقدار همبستگی سازه - ریشه دوم مقادیر روایی همگرا در قطر ها مقایسه می‌کنیم، که این مقدار باید از مقدار همبستگی سازه‌ها بیشتر باشد.

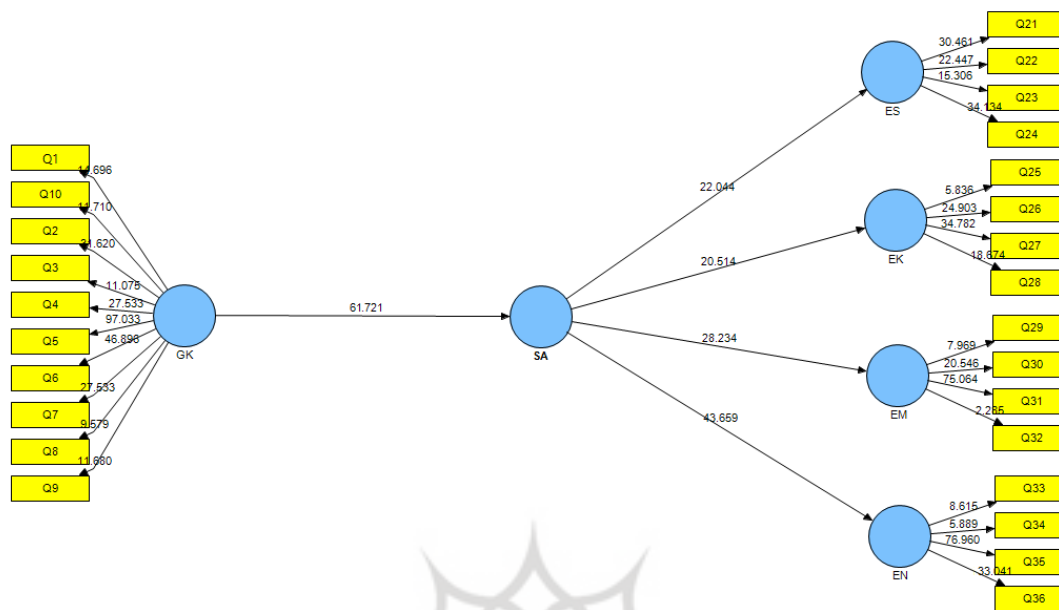
جدول ۶: ماتریس سنجش روایی واگرا

SA	GK	ES	EN	EM	EK	سازه
					۰/۸۳۴	احساس خودمختاری
				۰/۸۲۰	۰/۳۴۳	احساس موثر بودن
			۰/۷۲۰	۰/۴۸۹	۰/۴۹۱	احساس معنی دار بودن
		۰/۸۵۲	۰/۲۶۹	۰/۶۳۳	۰/۳۹۵	احساس شایستگی
	۰/۷۱۸	۰/۳۵۸	۰/۴۳۸	۰/۲۶۸	۰/۴۴۳	گرایش به کارآفرینی ناب
۰/۸۷۵	۰/۳۰۱	۰/۲۱۷	۰/۲۰۸	۰/۶۵۲	۰/۴۰۸	سبک زندگی

بود در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵ درصد رابطه‌ی بین متغیرهای پنهان و آشکار تأیید شد. سپس معیار R^2 متغیرهای وابسته اندازه‌گیری شد و مقادیر قابل قبول و معنادار بود و برای پنج فرضیه پژوهش قوی و مثبت ارزیابی شد. خروجی‌ها و نتایج برازش مدل ساختاری در قالب نمودار ذیل آمده است (Davari Youzbashi, & Rezazadeh, 2016; Eskandar & Mohamadi, 2018).

با توجه به ماتریس بالا، مقدار جذر میانگین واریانس به اشتراک گذاشته شده تمامی متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آن‌ها بیشتر است، که این امر حاکی از قابل قبول بودن روایی واگرایی سازه‌ها و برازش خوب مدل‌های اندازه‌گیری است.

برازش مدل ساختاری نیز در ابتدا با سنجش ضرایب معناداری t (values-t) (شروع شد، تمامی t ها از ۱/۹۶ بیشتر



شکل ۲. روابط معناداری مدل پژوهش

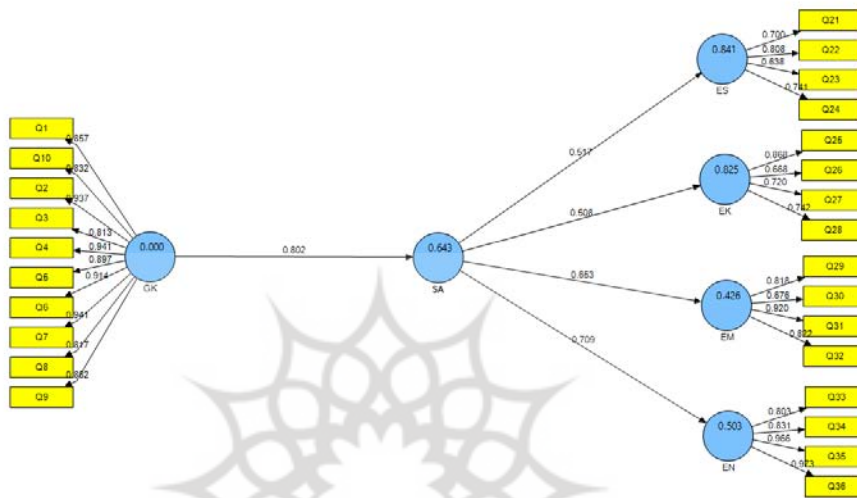
با توجه به نمودار فوق، معنادار بودن روابط مدل سنجیده شد. نتایج آورده شده است.

جدول ۷. روابط معناداری متغیرهای پژوهش

نتیجه	آماره تی	ضریب مسیر	متغیرها
تایید	۶۱/۷۳۱	۰/۸۰۲	تمایلات کارآفرینانه ← سبک زندگی
تایید	۲۲/۰۴۴	۰/۵۱۷	سبک زندگی ← احساس شایستگی
تایید	۲۰/۵۱۴	۰/۵۰۸	سبک زندگی ← احساس خودمختاری
تایید	۲۸/۲۳۴	۰/۶۵۳	سبک زندگی ← احساس موثر بودن
تایید	۴۳/۶۵۹	۰/۷۰۹	سبک زندگی ← احساس معنی دار بودن

با توجه به خروجی‌های مدل، ضریب معناداری مربوط به مسیر متغیرهای پژوهش همگی بیشتر از ۱/۹۶ بوده (حد استاندارد) و در نتیجه مدل پژوهش دارای سطح مناسبی از معناداری بوده است.

آزمون فرضیه‌ها



شکل ۳. مدل پژوهش در حالت تخمین استاندارد

جدول (۸) نتایج بدست آمده برای

آزمون فرضیه‌های پژوهش در حالت

تخمین استاندارد را نشان می‌دهد:

پروژه‌گاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
 بررسی فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهش	اثرات مستقیم
فرضیه ۱	گرایش به کارآفرینی ناب بر سبک زندگی تاثیر دارد.
ضریب مسیر: ۰/۸۰۲	ضریب معناداری: ۶۱/۷۲۱
	نوع رابطه: مستقیم
	نتیجه: مورد تایید است

فرضیه ۲	سبک زندگی بر احساس شایستگی تاثیر دارد.
ضریب مسیر: ۰/۵۱۷	ضریب معناداری: ۲۲/۰۴۴
	نوع رابطه: مستقیم
	نتیجه: مورد تایید است
فرضیه ۳	سبک زندگی بر احساس خودمختاری تاثیر دارد.
ضریب مسیر: ۰/۵۰۸	ضریب معناداری: ۲۰/۵۱۴
	نوع رابطه: مستقیم
	نتیجه: مورد تایید است
فرضیه ۴	سبک زندگی بر احساس موثر بودن تاثیر دارد.
ضریب مسیر: ۰/۶۵۳	ضریب معناداری: ۲۸/۲۳۴
	نوع رابطه: مستقیم
	نتیجه: مورد تایید است
فرضیه ۵	سبک زندگی بر احساس معنی دار بودن تاثیر دارد.
ضریب مسیر: ۰/۷۰۹	ضریب معناداری: ۴۳/۶۵۹
	نوع رابطه: مستقیم
	نتیجه: مورد تایید است

بحث و نتیجه گیری

یکی از راه‌های تجربه شده در جهان در بازنگری سیاست‌ها، توجه به کارآفرینی است که از آن در متون توسعه به‌عنوان بازسازماندهی و بازساخت اقتصاد روستا نام می‌برند. همچنین تقویت کارآفرینی روستایی، به‌عنوان اساسی‌ترین رکن در توسعه روستایی در راستای اشتغال‌زایی، انتقال فن‌آوری، ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری، افزایش رفاه و غیره از جنبه‌های گوناگون مدنظر است. در این ارتباط، سازوکار توانمندسازی روان

شناختی یکی از جنبه‌های مهم در تقویت کارآفرینی روستایی است. همچنین شناخت عامل‌های مرتبط با گرایش و قصد کارآفرینی به دلیل نقش اساسی آن در بروز رفتار کارآفرینی و سبک زندگی کارآفرین، دارای اهمیت زیادی است.

از طرفی دیگر، تعاونی‌های روستایی با گسترش فرهنگ تعاون و توجه کشاورزان و روستاییان نسبت به تجمیع سرمایه‌های مادی و اجتماعی و تبدیل آن‌ها به سرمایه‌های مادی و اجتماعی کلان

با پژوهش ابراهیمی (Ebrahimi, 2018)، احمدی (Ahmadi, 2018)، قنبری (Özsungur, 2013)، اوزسونگور (Uslu, Eryigi, & Çubuk, 2015)، اولسو و همکاران (Užik & Vokorokosová, 2007) همسو می باشد. در تبیین این فرضیه می توان گفت کارآفرینی یک حرفه نیست بلکه فراتر از آن یعنی یک سبک زندگی یا یک علم است که پیوسته همراه کارآفرین است و بر کل زندگی او تاثیر می گذارد؛ از انتخاب دین گرفته تا انتخاب همسر، شغل و روش انجام کارهایش. کارآفرینان به سبک خاصی زندگی می کنند و به روش مخصوصی با مسائل و مشکلات و پدیده ها برخورد می کنند. آن ها یک زندگی کارآفرینانه دارند که ممکن است در این زندگی کسب و کار کارآفرینانه ای داشته باشند یا نداشته باشند. کارآفرینی قبل از این که یک شغل باشد یک نوع سبک زندگی است. این سبک زندگی، سبکی پرانرژی، پردغدغه و مسئولیت است. افراد کارآفرین این نوع سبک را می پسندند و

و کارساز و با کنار هم قرار دادن مهارت ها و توانمندی های مختلف و متنوع می توانند با ایجاد کارآفرینی در روستاها، بسیاری از نیازهای جامعه روستایی را برآورده سازند و زمینه های شکوفایی بسیاری از زمینه ها و موارد احیاء نشده را که در مناطق روستایی و کشاورزی به صورت بالقوه باقیمانده اند، به فعل برسانند.

از این رو، این پژوهش با بررسی تاثیر گرایش به تمایلات کارآفرینانه بر توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی عضو شرکت های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم با نقش واسطه ای سبک زندگی سالم انجام گرفت.

نتایج حاصل از آزمون فرضیه ها نشان داد که تمایلات کارآفرینانه بر سبک زندگی تاثیر دارد و همبستگی مشاهده شده نیز معنادار است. پس تمایلات کارآفرینانه بطور مستقیم و مثبت بر سبک زندگی تاثیر می گذارد و به میزان ۸۰/۲٪ از تغییرات سبک زندگی را تبیین می نماید. نتایج فرضیه اول پژوهش

مسئول همه امور کسب و کار است؛ یعنی او باید تصمیم بگیرد چه محصولی تولید کند. چقدر تولید کند. چه تعداد نیروی انسانی استخدام کند (Dashti, 2019).

نتایج فرضیه دوم پژوهش نشان داد، ضریب مسیر بین مولفه‌های این فرضیه ۵۱/۷ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۲۲/۰۴۴ بدست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگتر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. در نتیجه سبک زندگی بطور مستقیم و مثبت بر احساس شایستگی تاثیر می‌گذارد و به میزان ۵۱/۷٪ از تغییرات احساس شایستگی را تبیین می‌نماید. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت وقتی افراد توانمند می‌شوند احساس خود اثربخشی می‌کنند که قابلیت و تبحر لازم برای انجام موفقیت‌آمیز کاری را دارند. افراد توانمند نه تنها احساس شایستگی، بلکه احساس اطمینان می‌کنند که می‌توانند کار را با کفایت انجام دهند. آنان احساس برتری شخصی کرده و معتقدند می‌توانند برای رویارویی با چالش‌های تازه بیاموزند و

آهنگ زندگی آنها سرعت بالاتری دارد. آنها نمی‌توانند بیکار بنشینند، مدام در فکر انجام کارهای جدید و رشد و پیشرفت هستند. این نوع سبک زندگی وقتی وارد حوزه کسب و کار می‌شود، می‌تواند به شکل‌گیری ایده‌های جدید، راه‌های جدید برای انجام کارها و تولید محصولات جدید منجر شود. کارآفرینی به این صورت، شکل خواهد گرفت و به همین دلیل است که می‌بینیم بسیاری از الگوهای آموزشی مطرح دنیا در زمینه کارآفرینی از جمله الگوهای سازمان جهانی کار موضوع آموزش را از شناخت فرد و ویژگی‌ها و علایق و نگرش‌های او شروع می‌کنند تا مطمئن شوند فرد قابلیت و ظرفیت این سبک شغلی را دارد و سپس فرآیند کارآفرینی را به او آموزش می‌دهند. پس به‌طور ساده می‌توان گفت کارآفرین فردی است که مسئولیت‌ها و وظایف راه‌اندازی کسب و کاری جدید را به عهده می‌گیرد. حالا اینکه کارآفرین در کسب و کار خود چه کارهایی انجام می‌دهد، تقریباً می‌توان گفت هر کاری! او

فرد فکر می‌کند که می‌تواند از پس انجام وظایف کاریش با موفقیت برآید. سه شرط لازمست تا افراد احساس خود اثربخشی نمایند: ۱- باور به اینکه توانایی انجام کار را دارند؛ ۲- باور به اینکه ظرفیت بکار بستن تلاش لازم را دارند؛ ۳- باور به اینکه هیچ مانع خارجی آنها را از انجام دادن کار موردنظر باز نخواهد داشت (Mousavi, 2016).

با توجه به نتایج تایید شده فرضیه سوم و همبستگی مشاهده شده معنادار می‌توان گفت سبک زندگی بطور مستقیم و مثبت بر احساس خودمختاری تاثیر می‌گذارد و به میزان ۵۰/۸٪ از تغییرات احساس خودمختاری را تبیین می‌نماید. در تبیین این فرضیه می‌توان گفت نیازها به‌عنوان خوراک درونی و روان‌شناختی شناخته می‌شوند که برای رشد و دوام روان‌شناختی و بهزیستی و انسجام ضروری هستند. لذا ارضای نیازها از جهت اینکه شرایط لازم برای رشد و بالندگی، انسجام‌یافتگی و بهزیستی روان‌شناختی شخص را فراهم می‌آورند و زیربنای

رشد یابند. بعضی از نویسندگان بر این باورند که این ویژگی مهمترین عنصر توانمندی روان‌شناختی است، زیرا داشتن احساس خود اثربخشی است که منجر به پشتکار و تلاش افراد برای انجام دادن کارهای دشوار می‌شود. در واقع این احساس عبارت است از باور فرد نسبت به قابلیت‌هایش برای انجام موفقیت‌آمیز وظایف محوله. به عبارت دیگر، فرد باور دارد که تبحر، کفایت و توانایی لازم را در انجام موفق کاری دارد. اگر وظیفه به‌گونه‌ای باشد که فرد بتواند با مهارت وظایفش را به انجام برساند بر احساس او از لیاقت خود، تاثیری مثبت بر جای خواهد گذاشت. این معنی به مفهوم روحیه چالش برانگیز فرد در رویارویی با مسائل و برتری وی در انجام کار است. این احساس زمانی قوت می‌گیرد که یک فرد توانایی، تبحر، دانش و آموزش لازم را برای انجام کار داشته باشد. در این شرایط فرد خود را شایسته کار می‌داند و از اینکه می‌تواند با موفقیت کار را به پایان رساند، احساس اطمینان می‌کند. در این شرایط

گستره وسیعی از رفتارهای ما را قابل فهم می‌سازند مفهوم جالب و جذابی در روان‌شناسی‌اند. این سه نیاز بنیادی عبارت‌اند از خودمختاری، شایستگی و ارتباط.

شلدون و همکاران (Sheldon et al., 2001) ۱۰ نیاز روان‌شناختی را که از نظریه‌های اصلی انگیزشی در حوزه روان‌شناسی استخراج کرده بودند مورد آزمون قرار دادند و نهایتاً به این سه نیاز دست یافتند. آن‌ها این نیازها را در چارچوب نظریه خود- تعیین‌گری سازمان‌دهی و مفهوم‌سازی کردند. خودمختاری، اسناد درونی رفتار است که به اراده و اختیار فرد اشاره دارد. شایستگی یعنی احساس اثربخشی در فعالیت‌ها که در جهت انسجام‌بخشی به خود است. ارتباط با دیگران نیاز به برقراری ارتباط صمیمی و گرم با سایر افراد است. سبک زندگی، رویه‌های رفتاری است که اشخاص بر اساس آن زیست می‌کنند. این، مبنای طرح و پرداختن به مفهوم سبک زندگی در چارچوب پزشکی رفتاری

و روان‌شناسی سلامت است. اما والش معتقد است متخصصان سلامت از نقش حیاتی سبک زندگی در عرصه سلامت روان غافل مانده‌اند لذا تغییرات شفاف‌بخش سبک زندگی را مطرح می‌سازد. اگر شرایط زندگی فرد به گونه‌ای باشد که امکان تأثیرپذیری از محیط را کمتر فراهم سازد یا به عبارتی خودمختاری را در فرد بیشتر کند طبیعتاً احساس رضایت بیشتری از زندگی حاصل می‌گردد و فرد کیفیت زندگی خود را بالا گزارش می‌کند (Dashti, 2019).

نتایج فرضیه چهارم نشان داد ضریب مسیر بین مولفه‌های این فرضیه ۶۵/۳ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۲۸/۲۳۴ بدست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگتر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. سبک زندگی بطور مستقیم و مثبت بر احساس موثر بودن تاثیر می‌گذارد و به میزان ۶۵/۳٪ از تغییرات احساس موثر بودن را تبیین می‌نماید. در تبیین فرضیه چهارم می‌توان گفت احساس موثر بودن عبارتست از

تأثیر بستگی دارد، به توانایی و اراده تغییر محیط خارجی به منظور افزایش تسلط بر آن نیز بستگی دارد (Vaezi & Sabzikaran, 2010).

نتایج فرضیه پنجم نشان داد ضریب مسیر بین مولفه‌های این فرضیه ۷۰/۹ به دست آمده است. مقدار آماره t نیز ۴۳/۶۵۹ بدست آمده است که از ۱/۹۶ بزرگتر بوده و نشان می‌دهد همبستگی مشاهده شده معنادار است. سبک زندگی بطور مستقیم و مثبت بر احساس معنی‌دار بودن تأثیر می‌گذارد و به میزان ۷۰/۹٪ از تغییرات احساس معنی‌دار بودن را تبیین می‌نماید. در تبیین فرضیه پنجم پژوهش می‌توان گفت معنی‌داری به مفهوم میزان ارزش اهداف شغلی یا کاری است که در ارتباط با استانداردها یا در واقع ایده آل‌های فردی مورد قضاوت قرار می‌گیرد، در واقع معنی‌دار بودن شامل تطابق بین الزامات نقش و شغل با اعتقادات، ارزش‌ها و رفتارهای فردی است. بدون در نظر گرفتن اجبارهای سازمانی، افراد تمایل به تلاش در مورد اهدافی دارند که

میزان توانایی نفوذ فرد در پیامدهای راهبردی، اداری یا عملیاتی فعالیت‌های کاریش (Vaezi & Sabzikaran, 2010). برخوردار از احساس موثر بودن در کار، کاملاً به احساس خودکنترلی مربوط است. برای این‌که افراد احساس توانمندی کنند، نه تنها باید احساس کنند که آن‌چه انجام می‌دهند اثری بدنبال دارد، بلکه باید احساس کنند که خود می‌تواند آن اثر را به وجود آورد؛ یعنی برای این‌که آن نتیجه با احساس توانمندی همراه باشد، باید احساس کنند که کنترل نتیجه تولید را در دست دارند، بنابراین، داشتن نوعی احساس کنترل شخصی، برای سلامت و نیز توانمندی ضروری است (Spreitzer & Doneson, 2005). از طرف دیگر، حتی توانمندترین افراد نمی‌توانند آن‌چه را برای آنان اتفاق می‌افتد به تمامی، کنترل کنند. با وجود این توانمند شدن به افراد کمک می‌کند تا بیشتر نتایجی را که می‌توانند کنترل کنند، بپذیرند. این کار به همان مقدار که بستگی به توانایی تشخیص حوزه‌های

با برخی عناصر انسانی‌تر همراه است و بصورت باارزش‌تر، بنیادی‌تر و شخصی‌تر انجام می‌پذیرد. کسب سود شخصی، معنی‌دار بودن را تضمین نمی‌کند. برای مثال، خدمت کردن به دیگران ممکن است هیچ پاداش شخصی بدنال نداشته باشد. اغلب درخواست انجام کاری که برای کارکنان معنی کمی دارد یا اصلا معنی ندارد، هزینه‌های فراوانی را برای شرکت‌ها ایجاد می‌کند. خودبیگانگی از بی‌معنی نتیجه می‌شود و نیرو و انگیزش از کار معنی‌دار حاصل می‌گردد.

سازمان‌ها دارای انواع مختلفی از ساختار هستند که برحسب نیاز و با توجه به شرایط آن سازمان بکار می‌رود. به اعتقاد برنز و استاکر (Burns & Stalker, 1961) موثرترین ساختار، ساختاری است که خود را با الزامات محیط انطباق دهد. در یک طبقه‌بندی کلی ساختار سازمان‌ها به دو نوع ساختار مکانیک و ساختار ارگانیک تقسیم بندی می‌شود. ساختار مکانیکی برای محیط‌های با ثبات و قابل پیش‌بینی و ساختار ارگانیک در محیط

برایشان دارای مفهوم باشد. در واقع کارکنان ترجیح می‌دهند با افرادی کار کنند که ارزش‌های مشابهی با آنها داشته باشند. افراد توانمند احساس معنی‌دار بودن می‌کنند و برای اهدافی که به آن اشتغال دارند، ارزش قائل هستند. بین آرمان‌ها و استانداردهای آنان با آنچه در حال انجام هست، تجانس وجود دارد و این فعالیت در نظام ارزشی آن‌ها مهم تلقی می‌شود. آنان در فعالیت کاری خویش، از نیروی روحی یا روانی سرمایه‌گذاری می‌کنند و از درگیری و اشتغال خویش، نوعی احساس اهمیت شخصی دارند. آنان در نتیجه اشتغال در آن فعالیت، پیوند و همبستگی شخصی را تجربه می‌کنند. بنابراین، معنی‌دار بودن به نگرش ارزشی افراد معطوف است. فعالیت‌هایی که دارای طبع معنی‌داری هست، نوعی احساس هدفمند بودن، هیجان یا ماموریت برای افراد ایجاد می‌کند. بجای اینکه نیرو و اشتیاق افراد را هدر دهد، منبعی از نیرو و اشتیاق برای آنان فراهم می‌کند. در این شرایط فعالیت‌های کاری

۱. مقوله ترویج فرهنگ کارآفرینی به عنوان یک عامل مهم و زیربنایی در توسعه ظرفیت‌های کارآفرینانه در سطح شرکت‌های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم مدنظر قرار گیرد. در این راستا می‌بایست آموزش اصول تعاون و گسترش نهضت تعاون در سطح جامعه روستایی (خصوصاً زنان کارآفرین روستایی) مورد توجه مسئولان قرار بگیرد، آسیب‌شناسی و کارآمدسازی تعاونی‌ها و تعیین راه حل‌های پیشنهادی برای رفع آسیب‌ها از طریق ارزشیابی تعاونی‌ها، آموزش ارکان مدیریتی شبکه، ساماندهی مجامع تعاونی‌ها، تدوین برنامه عملیاتی در تعاونی‌ها و اتحادیه‌های زنان در اولویت قرار بگیرد. همچنین، می‌توان به معرفی کارآفرینان شاخص و تقدیر شایسته از آن‌ها، شناساندن اهمیت و نقش کارآفرینان در اقتصاد شرکت‌های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم، ارزش‌گذاری به کارآفرینی زنان و معرفی زنان کارآفرین موفق به منظور افزایش خودباوری، اعتماد به نفس و انگیزه کارآفرینی در

های متلاطم و دارای تغییر زیاد قابل استفاده است. ساختار مکانیکی، سازمان بوسیله ویژگی‌هایی نظیر پیچیدگی و رسمیت زیاد، تمرکزگرایی، رفتارهای برنامه‌ریزی شده در قالب مقررات شناخته می‌شوند. در این ساختار مدیر متکی به خط مشی‌ها سازمان بوده و در واکنش به رویدادهای پیش‌بینی نشده کند عمل می‌کند. از سوی دیگر، ساختار ارگانیکی منعطف بوده و میزان نفوذ افراد در آن بر اساس مهارت و دانش است. وظایف در این ساختار انعطاف‌پذیر بوده و تاکید بر مبادله اطلاعات وجود دارد. ویژگی‌های اختیارات غیرمتمرکز، قوانین و مقررات کمتر، شبکه ارتباطات غیررسمی و توجه بخودکنترلی شرایط تطبیق بیشتری ساختار ارگانیک با محیط را فراهم می‌سازد.

با توجه به اهمیت موضوع پژوهش و همچنین نتایج حاصل از پژوهش در راستای فرضیات پژوهش پیشنهاد می‌شود:

مهارت‌های موردنیاز و پیش‌بینی شده توسط فراگیران انجام شود.

۴. زنان کارآفرین روستایی به تنظیم و بررسی اهداف روزانه، کوتاه مدت و بلندمدت شرکت‌های تعاونی بپردازند. برای موفقیت در هر کسب و کار، تنظیم و بازبینی اهداف امری مهم و کلیدی است.

۵. زنان کارآفرین روستایی بهتر است از تجربیات کارآفرینان موفق در زمینه‌های مختلف زندگی و کسب و کارشان بهره ببرند.

۶. زنان کارآفرین روستایی جهت افزایش اعتماد به نفس به تقویت روحیه مشارکت و همکاری، رشد و تقویت عواطف انسانی، ایجاد روحیه پایداری در برابر تبلیغ‌های زیانبار، کمک به شناسایی و بیان احساسات یکدیگر، تامین تندرستی جسمی و سلامتی روانی خود و کارکنان شرکت تعاونی، تقویت مهارت‌های ارتباطی، تقویت روحیه همزیستی مسالمت آمیز، بالا بردن سازگاری فرد با

زنان روستایی به‌عنوان اقداماتی مؤثر اشاره کرد.

۲. با تمهیداتی، امکان دسترسی آسان‌تر به شرایط و امکانات اقتصادی موردنیاز کسب و کارهای زنان شرکت‌های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم (مانند ابزار و تجهیزات، منابع مالی، مواد اولیه و نهاده‌ها و غیره) و ارائه تسهیلاتی برای تأمین منابع مالی لازم برای زنان کارآفرین از طریق تخصیص اعتباراتی با بهره کم در سیستم بانکی کشور و سایر مؤسسات اعتباری و نیز امکان سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای پربازده و ایجاد امنیت سرمایه‌گذاری از طریق بیمه سرمایه و تولیدات زنان فراهم شود.

۳. بررسی و بازنگری در دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی از لحاظ کیفیت و محتوای آموزشی شرکت‌های تعاونی کشاورزی شهرستان سمیرم انجام شود. همچنین، از هر یک از دوره‌های آموزشی در حال برگزاری، ارزشیابی‌های لازم در مقاطع مختلف به‌ویژه پس از اتمام دوره در زمینه میزان تأثیرگذاری و کسب

کمبود نمونه‌های مورد نیاز برای تحقیقی جامع‌تر و عدم درک یکسان بعضی زنان از مفاهیم پرسشنامه که ممکن است در پاسخ‌های آنان تأثیر گذاشته باشد. معمولاً در این گونه پژوهش‌ها، اطلاعات جمع‌آوری شده از یک مقطع زمانی است؛ لذا اطلاعات جمع‌آوری شده باید به صورت سری زمانی باشد تا نتایج بهتری حاصل شود. همچنین، این پژوهش در بین زنان روستایی شرکت‌های تعاونی شهرستان سمیرم انجام یافته است و بنابراین در تعمیم نتایج به سایر شهرها بایستی با احتیاط عمل شود. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چند معیاره برای اولویت‌بندی و وزن‌دهی عوامل تأثیرگذار بر متغیرهای پژوهش استفاده شود و از دیگر روش‌های جمع‌آوری اطلاعات، همچون روش‌های اکتشافی و مصاحبه باز استفاده گردد و یا استفاده از روش‌های آمیخته به منظور بررسی عمیق هر یک از مؤلفه‌های مورد بحث می‌تواند مفید و مؤثر باشد. همچنین، گسترش دامنه

خودش، دیگران و محیط زندگی اهتمام ورزند.

۷. مدیران شرکت‌های تعاونی روستایی سمیرم به زنان کارآفرین روستایی، استقلال، آزادی عمل و حق انتخاب و تعیین‌گری در راستای توانمندسازی و ایجاد و تقویت تمایلات کارآفرینانه داده شود.

۸. و در راستای نتیجه فرضیه چهارم و پنجم پژوهش پیشنهاد می‌گردد: که زنان کارآفرین روستایی توجه بیشتر به نقاط قوت خود داشته و به خودشناسی خود پرداخته و معاشرت و ارتباط با افراد مثبت را از دست ندهند.

محدودیت‌های پژوهش و جهت‌گیری‌های

آتی

از جمله محدودیت‌های پژوهش حاضر این است که تاثیرگذاری برخی متغیرهایی که خارج از کنترل پژوهشگر است، بر نتایج پژوهش دور از ذهن نیست (مثل شیوع بیماری کرونا در کشور در بازه زمانی تحقیق و عدم دسترسی مستقیم به زنان روستایی) و بازه زمانی محدود و

پایش، نگارش، بازبینی و ویرایش، مدیریت پروژه،؛ محمد مهتری آرانی (جمع‌آوری داده و اطلاعات، نظارت و سرپرستی و تامین مالی) و ابوالفضل باغبانی آرانی: (مفهوم‌پردازی، روش-شناسی و نرم‌افزار، تحلیل داده‌ها و اطلاعات

انجام این پژوهش در سطح استان و ملی و یا تحقیق آتی می‌تواند جوامع آماری دیگری را مورد بررسی قرار دهد مثلاً کارمندان، مدیران، مشتریان به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شود. مشارکت نویسندگان

حسین ستوده آرانی: (مفهوم‌پردازی، جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات، بررسی و



منابع

Ahmadi, S. (2018). *Designing a sustainable entrepreneurship development model for rural women (a case study of villages in Kurdistan province)*. Master's thesis, Tabriz University, Faculty of Agriculture. (In Persian).

- Alikhani Dadoukolaei, M. & Rostami, A. A. (2017). An investigation of educational and psychological factors affecting the entrepreneurship development in women rural cooperatives in Golestan province. *Cooproration and Agriculture*, 5(20): 194-171. http://ajcoop.mcls.gov.ir/article_43453.html (In Persian).
- Burns, T. & Stalker, G. M. (1961). *The Management of innovation*, tavistock institute, London. Courtright, J.A., Fairhurst, G.T. and Rogers, E.L. (1989). "Interaction patterns in organic and mechanistic systems", *The Academy of Management Journal*, 32(4): 773-802.
- Chang, C. L. & Liu, Ch. H. (2008). Employee empowerment, innovative behavior and job productivity of public health nurses: A cross-sectional questionnaire survey. *International Journal of Nursing Studies*, Emerald Group Publishing Limited, 45: 1442-144.
- Dashti, M. (2019). *Analyzing the effect of lean entrepreneurship on the psychological empowerment of rural women covered by the cooperative companies of Semiram city, considering the mediating role of healthy lifestyle*. Human resource management master's thesis. Payame Noor University, 155 pp. (In Persian).
- Davari, A. & Rezazadeh, A. (2016). *Structural equation modeling with PLS software*. Tehran: Academic Jihad. (In Persian).
- Ebrahimi, R. (2018). *Examining the role of specialized training and entrepreneurship on creating employment and empowering rural women in Central Province*. Master's thesis, Tarbiat Modares University, Faculty of Agriculture. (In Persian).
- Ershadi, M. J., Rezaee, N., & Bagheri Hosein Abadi, R. (2021). Evaluating the impact of cultural and social factors on women's entrepreneurship in Tehran municipality entrepreneurship houses. *Journal of Women Social and Psychological Studies*. 18(4): 33-68. DOI: 10.22051/JWSPS.2021.32288.2265. (In Persian).
- Eshghi Iraqi, M. & Ghanipour, F. (2016). *Entrepreneurial self-efficacy and lifestyle; The strategy of realizing the entrepreneurial intention (case study: Jihad University of Applied Sciences, Central Province)*. *Innovation and Value Creation*. 6(11):75-92. <http://www.journalie.ir/Article/626>. (In Persian).
- Ganjkhani, Kh. (2012). *Evaluating the role of microcredits in empowering rural women with emphasis on group entrepreneurship, case study: Humeh village, Khodabande city*. Master's thesis, Zanjan University, Faculty of Humanities. (In Persian).
- Ghanbari, E. (2013). *Investigating the influencing factors on rural women's entrepreneurship*. Master's thesis, Birjand University, Faculty of Literature and Humanities. (In Persian).
- Gholami Haghighi, M. (2015). *The relationship between responsibility and lifestyle with life expectancy in Shiraz education retirees*. Master's thesis, Faculty of Educational Sciences and Psychology. (In Persian).

- Hisrich, R. D. & Kearney, C. (2003). *Organizational entrepreneurship; How to create an effective entrepreneurial spirit in the whole organization* (translation by Khalili Nasr, Arash and Tayran, Hojjat). Tehran University Publications. (In Persian).
- Hosseini, M., Dolati, M. & Parpanji, M. (2018). *Investigating the effective factors on the success of rural women entrepreneurship member of women's rural cooperatives in the north of Tehran province*. *Cooperation and Agriculture*, 7(26): 129-156. (In Persian).
- Hughes, M. & Morgan, R. (2007). *Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth*. *Industrial Marketing Management*. 36(5): 651-661.
- Kazemi, R. (2016). *Factors affecting the economic and psychological empowerment of rural women in Selmas city*. Master's thesis; University of Zanjan. (In Persian).
- Kohn Shuri, O. (2017). *Factors affecting the empowerment and entrepreneurship of rural women in Taftan region*. Master's Thesis, University of Sistan and Baluchistan, Faculty of Literature and Humanities. (In Persian).
- Laali, M., Abedi, A & Kajbaf, M. B. (2011). *Construction and validation of lifestyle questionnaire (LSQ)*. *Psychological Research*. 15(1): 64-80. (In Persian).
- Mousavi, Z. (2016). *Investigating the effect of humble leadership on the psychological empowerment of employees of Rasht Telecommunications Company*. Master's thesis, Payam Noor University, Rasht. (In Persian).
- Özşungur, F. (2019). *A research on women's entrepreneurship motivation: Sample of Adana Province*. *Women's Studies International Forum*, 74: 114-126.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. By Joseph A. Schumpeter, Translated from the German by Redvers Opie, Harvard University Press.
- Sheldon, K. M., Elliot, A. J., Kim, Y. & Kasser, T. (2001). *What is satisfying about satisfying events? Testing 10 candidate psychological needs*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 325-339.
- Shoja Chagrand, K. (2015). *Effective structures on the empowerment of rural women members of microcredit funds of Firuzkoh city*. Master's thesis, Tehran Azad University, Science and Research Branch. Faculty of Agricultural Sciences and Food Industry. (In Persian).
- Spreitzer, G. M. & Doneson, D. (2005). *Musings on the past and future of employee empowerment*, *Forthcoming in the handbook of organizational development* (Edited by tom Cummings).
- Thomas, K. W. & Velthouse, A. B. (1990). *Cognitive element of empowerment: an interpretive model of intrinsic task motivation*, *Academy of Management Journal*.
- Uslu, T., Eryiği, N. & Çubuk, D. (2015). *Individual and organizational effects of the corporate practices with the mediating role of lean intrapreneurship: differences between public and private sector in Turkey*. *4th International Conference on*

- Leadership, Technology, Innovation and Business Management. Procedia - Social and Behavioral Sciences. 210: 301 – 309.*
- Užík, M. & Vokorokosová, R. (2007). *Labour productivity as a factor of competitiveness -a comparative study. National Economic Horizons, No: 03/2007.*
- Vaezi, R. & Sabzikaran, E. (2010). *Relationship between organizational structure and personnel empowerment in NIOPDC-Tehran area. Change Management Research Paper, 2(3): 153-178. (In Persian).*
- Wetzels, M., Odekerken-schröder, G. & Oppen, C. V. (2009). *Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: guidelines and empirical illustration. MIS Quarterly, 33(1): 177–195. <https://doi.org/10.2307/20650284>.*
- Yacoubi Farani, A., Soleimani, A & Mohadi, R. (2013). *Analysis of factors affecting rural women's entrepreneurship. Journal of Women Social and Psychological Studies. 4(41): 42-7. DOI: 10.22051/JWSPS.2015.1493. (In Persian).*
- Youzbashi, A., Eskandar, F. & Mohamadi, M. (2018). *Structural model of the role of professional ethics of teaching professors in student loyalty and university brand equity. Quarterly of Research on Educational Leadership and Management, 4(16): 149-177. DOI: 10.22054/JRLAT.2020.47288.1491 (In Persian).*
- Zare, F. & Farhadi, M. (2005). *Women's entrepreneurship and cooperation. Educational Research. 2(8): 36-62. (In Persian).*

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی